

**PENGARUH PRODUK, HARGA LOKASI DAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA CV
SAFARI MOTOR PLAZA BATURAJA**



Oleh:

Riska Prillia

NIM: 14190296

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E)**

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG

2018



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

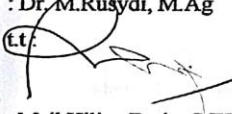



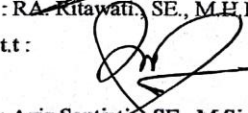
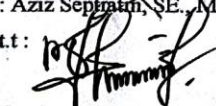
Formulir E.4

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM**

Nama : Riska Prillia
NIM/Jurusan : 14190296/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada CV Safari Motor Plaza Baturaja

Telah diterima dalam ujian munaqasyah pada tanggal 29 November 2018

PANITIA UJIAN SKRIPSI

Tanggal	Pembimbing Utama	: Dr. M.Rusydi, M.Ag t.t: 
Tanggal	Pembimbing Kedua	: Mail Hilian Batin, S.El., M.E t.t: 
Tanggal	Penguji Utama	: Muhammad Rusdi, SE., M.Sc t.t: 
Tanggal	Penguji Kedua	: Lemiyana SE., M.Si t.t: 
Tanggal	Ketua	: RA. Ritawati, SE., M.H.I., M.Si t.t: 
Tanggal	Sekretaris	: Aziz Septiati, SE., M.Si t.t: 

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Riska Prillia
NIM : 14190296
Jenjang : S1 Ekonomi Syariah

Menyatakan, bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Palembang, November 2018

Saya yang menyatakan



Riska Prillia

NIM.14190296



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir C.2

NOTA DINAS

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamualaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan Hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap naskah skripsi berjudul:

Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada CV Safari Motor Plaza BATURAJA

Yang ditulis Oleh:

Nama : Riska Prillia
NIM : 14190296
Program : S1 Ekonomi Syariah

Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada fakultas ekonomi dan bisnis Islam untuk diajukan dalam ujian *Komprehensif* dan ujian *Munaqosyah* ujian skripsi.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

Pembimbing Utama

Dr. M. Rusydi, M.Ag

NIP. 197308012005011007

Palembang, 15 Oktober 2018
Pembimbing Kedua

Mail Hilian Batin, S.EI., M.E

NIP.



PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
Alamat : Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang-30126

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul : Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, dan Merek Terhadap
Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada CV Safari
Motor Plaza Baturaja
Ditulis Oleh : Riska Prillia
NIM : 14190296

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi

(SE)

Palembang, November 2018

Dekan



Dr. Qodariah Barkah, M.H.I
NIP.197011261997032002

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Produk, Harga, Lokasi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada CV Safari Motor Plaza Baturaja. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengambilan sampel yaitu teknik *probability Sampling* dengan menggunakan metode *simple random sample* dengan sampel berjumlah 91 orang. Metode analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis (uji F, uji T dan koefisien determinasi). Di dalam penelitian ini variabel yang independen yang digunakan adalah variabel produk, harga, Lokasi dan merek. Sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian

Secara simultan Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga, lokasi dan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda pada CV Safari Motor Plaza Baturaja. Sehingga hipotesis terbukti kebenarannya. Dimana hasil nilai F hitung sebesar 6,311 dengan signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ artinya produk, harga, lokasi, dan merek secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda. secara parsial produk, harga, lokasi dan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana T hitung Variabel Produk sebesar 2,055, Variabel Harga sebesar 1,673, Variabel Lokasi sebesar 1,719, dan Variabel Merek sebesar 2,341, dibuktikan dengan nilai T tabel sebesar 1,662.

Kata kunci: Produk, Harga, Lokasi, Merek dan Keputusan Pembelian.

MOTTO

”Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan) tetaplah bekerja keras (untuk urusan lainnya) dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.” (QS. Al-Insyirah, 6-8)

“Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya.” (QS. An-Najm, 39)

“Memulai dengan penuh keyakinan, menjalankan dengan penuh keikhlasan menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

- ❖ Papa dan Mama ku tercinta (Kaelani dan Umiyati)
- ❖ Ayukku tersayang Ririn octarina dan Astri Amalia
- ❖ Adikku tersayang Sara Umika
- ❖ Para sahabatku
- ❖ Almamaterku dan generasi penerusku.

TRANSLITERASI ARAB—LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama Latin	Huruf	Keterangan
ا	Alief	-	tidak dilambangkan
ب	Ba>'	B	-
ت	Ta>'	T	-
ث	S a>'	S	s dengan titik di atas
ج	Ji>m	J	-
ح	H{a>'	H{	h dengan titik di bawah
خ	Kha>'	Kh	-
د	Da>	D	-
ذ	Z a>	Z	z dengan titik di atas
ر	Ra>'	R	-
ز	Za>'	Z	-
س	Si>n	S	-
ش	Syi>n	Sy	-
ص	S{a>d	S{	s dengan titik di bawah
ض	D{a>d	D{	d dengan titik dibawah
ط	T{a>'	T{	t dengan titik di bawah
ظ	Z{a>'	Z{	z dengan titik di bawah
ع	`Ain	`	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	-
ف	Fa>'	F	-
ق	Qa>f	Q	-
ك	Ka>f	K	-
ل	La>m	L	-
م	Mi>m	M	-
ن	Nu>n	N	-
و	Wa>wu	W	-
ه	Ha>'	H	-
ء	Hamzah	`	Apostrof

ي	Ya>'	Y	-
---	------	---	---

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap (tasydid) ditulis rangkap

Contoh:

مقدم : muqaddimah

تتيدملا قرونملا : al- madī nah al- munawwarah

C. Ta>' Marbûthah *di akhir kata*

1. Bila dimatikan (ta` marbûthah sukun) ditulis h, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia

بِعِبَادَةٍ : ditulis *bi 'ibâdah*.

2. Bila dihidupkan karena berangkai dengan kata lain (ta` marbûthah sambung) ditulis t

بِعِبَادَةِ رَبِّهِ : ditulis *bi 'ibâdati rabbih*.

D. Huruf Vokal

1. Vokal Tunggal

- a. Fathah (---) = a
- b. Kasrah (---) = i
- c. Dhammah (---) = u

2. Vokal Rangkap

- a. (اي) = ay
- b. (ي--) = îy
- c. (او) = aw
- d. (و--) = ûw

3. Vokal Panjang

- a. (l---) = a>
- b. (ي---) = i>
- c. (و---) = u>

4. Kata Sandang

Penulisan *al qamariyyah* dan *al syamsiyyah* menggunakan *al-*:

1. *Al qamarîyah* contohnya: "الحمد" ditulis *al-ḥamd*
2. *Al syamsîyah* contohnya: "النمل" ditulis *al-naml*

5. Huruf Besar

Penulisan huruf disesuaikan dengan EYD.

6. Kata Dalam Rangkaian Frase dan Kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau

2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut

7. Daftar Sigkatan

H	= Hijriah
M	= Masehi
hal	= halaman
Swt.	= <i>subhanahu wa ta ala</i>
<i>Saw</i>	= <i>sallAllah alaih wa salam</i>
QS	= al-Quran Surat
HR	= Hadis Riwayat
terj.	= terjemah

8. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam kamus besar bahasa Indonesia (seperti kata ijmak, nas, dll), tidak mengikuti pedoman transliterasi ini dan ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu yang berjudul: **“Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada CV Safari Motor Plaza BATURAJA”**.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini guna untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian Sarjana Ekonomi (S1) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. M. Sirozi, Ph.D selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
2. Ibu Dr. Qadariah Barkah, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
3. Ibu Titin Hartini, S.E., M.Si selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam
4. Ibu Juwita Anggraini, M.HI selaku penasehat Akademik
5. Bapak Dr. M. Rusydi, M.Ag selaku pembimbing pertama yang telah banyak memberikan masukan ilmu, waktu, dan semangat serta memberikan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Mail Hilian Batin, S.E.I., M.E selaku pembimbing kedua yang telah banyak memberikan masukan ilmu, waktu, dan semangat serta memberikan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama di bangku kuliah.
8. Papa (kaelani) dan Mama (Umiyati) tercinta dan saudara kesayanganku Ririn Octarina, Astri Amalia, Sara Umika yang selalu memberikan kasih

sayang, semangat, doa serta dorongan moril maupun materil yang tak terhingga.

9. Terima kasih Reza Pangestu, yang tak henti henti nya memberikan semangat, *support*, doa, waktu, dan pikiran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabatku tersayang Rike Apriliani, Sintiadewi, Rizky Meylinda, Rahmiati, Rhevy indah sari yang selalu mendampingi dan memberi semangat dari awal kenal hingga pembuatan skripsi ini, semoga kelak kita akan sukses bersama dan selalu ingat kebersamaan yang kita jalin.
11. Teman-temanku tersayang Dwi Aryantini, Reni Marlina, welly Damayanti, Dian Indah Sari, laras Gede, Nyek Chika, Mifta, Yuli, Kiki, Tiara, Nisa, Tutik yang telah membantu dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.
12. Keluarga besar EKI 7 kelas tersayang, teman seperjuangan dan semua pihak yang telah membantu memberikan masukan, nasehat serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam penulisan ini tentu masih banyak kekurangan disana sini. Kritik dan saran yang membangun dari rekan-rekan pembaca, sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tulisan selanjutnya. Tiada pengucapan yang tulus yang dapat penulis haturkan selain ucapan terimakasih yang sebanyak-banyaknya atas bantuan yang selama ini diberikan. Semoga semua amal mulia yang mereka lakukan bernilai ibadah dan mendapatkan rahmat di sisi-Nya, Aamiin yaa robbal alamiin.

Palembang, Oktober 2018

Penulis


Riska Prilia

14190296

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
NOTA DINAS.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
E. Sistematika Penulisan	14

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Pemasaran	15
1. Pengertian Pemasaran.....	15
2. Tujuan Pemasaran.....	16
B. Produk	17
1. Pengertian Produk	17
2. Ciri-ciri Produk	18
3. Kajian Keislaman tentang produk.....	19
4. Dimensi Produk.....	20
5. Indikator-indikator Produk.....	21
C. Harga	22
1. Pengertian Harga.....	22
2. Faktor-faktor Penetapan Harga	22
3. Dimensi Harga	25
4. Indikator-indikator Harga.....	25
D. Lokasi	26
1. Pengertian Lokasi.....	26
2. Faktor Lokasi	27
3. Dimensi Lokasi	28
4. Indikator-indikator Lokasi	29
E. Merek	29
1. Pengertian Merek	29
2. Fungsi Merek	31
3. Kajian Keislaman Tentang Merek	32
4. Dimensi Merek.....	34
5. Indikator-indikator Merek.....	35
F. Keputusan Pembelian.....	35
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	35
2. Proses Keputusan Pembelian	36
3. Kajian Keislaman Tentang Keputusan Pembelian.....	37

4. Dimensi Keputusan Pembelian	38
5. Indikator-indikator Keputusan Pembelian	39
G. Penelitian Terdahulu	40
H. Pengembangan Hipotesis	48

BAB III METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian	54
B. Desain Penelitian.....	54
C. Jenis Dan Sumber Data	54
D. Populasi dan Sampel Penelitian	55
E. Teknik Pengumpulan Data	57
F. Variabel Penelitian	58
G. Definisi Operasional Variabel.....	59
H. Uji Instrumen Penelitian	61
1. Uji Validitas	61
2. Uji Reabilitas.....	61
I. Uji Asumsi Klasik.....	62
1. Uji Normalitas	62
2. Uji Multikolinieritas.....	62
3. Uji Heteroskedastisitas	63
J. Analisis Regresi Berganda	63
K. Uji Hipotesis	64
1. Uji F (Simultan)	64
2. Uji T (Parsial).....	65
3. Uji Determinasi	65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	67
1. Sejarah Singkat Perusahaan	67

2. Tujuan Pendirian Perusahaan	68
3. Sistem Penjualan pada CV Safari Motor Plaza Baturaja	68
B. Karakteristik Responden	69
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	71
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	72
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
C. Uji Instrumen Penelitian	73
1. Uji Validitas	73
2. Uji Reliabilitas	76
D. Hasil Analisis Data.....	77
1. Uji Asumsi Klasik	77
a. Uji Normalitas	77
b. Uji Multikolinearitas	79
c. Uji Heteroskedastisitas	80
2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
3. Uji Hipotesis	83
a. Uji Signifikan Simultan (Uji F)	83
b. Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	84
c. Koefisien Determinasi (R^2)	86
E. Pembahasan Hasil Penelitian	86

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	92
B. Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Rekap Penjualan Sepeda Motor Honda Pada CV Safari Motor Plaza Baturaja.....	3
Tabel 1.2	Research Gap Produk Terhadap Keputusan Pembelian	6
Tabel 1.3	Research Gap Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	7
Tabel 1.4	Research Gap Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	9
Tabel 1.5	Research Gap Merek Terhadap Keputusan Pembelian	11
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	59
Tabel 4.1	Karakteristik Responden	70
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Usia.....	71
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pendapatan.....	72
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan pekerjaan	73
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Produk	74
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	74
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	75
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Merek.....	75
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	76
Tabel 4.11	Uji Reabilitas Instrumen.....	77
Tabel 4.12	Nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).....	79

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	81
Tabel 4.14 Uji F (Simultan)	83
Tabel 4.15 Uji t (parsial)	84
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi (R^2)	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Normal Probability Plot	78
Gambar 4.2 Scatter Plot (Hasil Uji Heteroskedastisitas)	80

